

## La "carte musique" contre l'innovation, par Paul Seabright

LE MONDE ECONOMIE | 25.01.10 | 16h21

L'annonce, le 7 janvier, lors des vœux du président de la République, de la mise en place d'une "carte musique" financée pour moitié par l'Etat, afin de dissuader les jeunes de télécharger illégalement de la musique, suscite quelques interrogations. On peut se demander, par exemple, pourquoi les musiciens seraient favorisés par rapport à d'autres esprits créatifs, également menacés par la pléthore d'œuvres disponibles gratuitement sur Internet.

Il est vrai que l'idée de décourager le gratuit en subventionnant le payant est tellement séduisante qu'elle pourrait s'appliquer à bien d'autres domaines. Une "carte journaux" pour décourager l'accès aux informations gratuites ne ferait-elle pas la joie de la rédaction du *Monde*? Une "carte restaurant" luttera de manière efficace contre la tentation de faire la cuisine chez soi en utilisant les excellentes recettes accessibles en trois clics sur Google. Je n'ose même pas dévoiler à mes lecteurs la mesure prévue par le ministère de la culture pour lutter contre le téléchargement de matériel pornographique. Et une subvention est sûrement aussi en préparation pour les amateurs de discours politiques qui pourraient être tentés, autrement, d'avoir recours aux "Guignols de l'info".

D'autres mauvais esprits se demandent si on peut justifier, à un moment de forte pression budgétaire, une subvention importante dont les bénéficiaires principaux seraient des sociétés comme Apple. La Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (Sacem), elle, s'inquiète de la possibilité que nos jeunes puissent préférer des musiciens non français, et souhaiterait des mesures plus "directives". Qu'ils soient rassurés : si le président de la République commence déjà à donner des leçons à la société Renault sur le bon "*business model*" pour la fabrication de la future Clio IV, il ne résistera peut-être pas à la tentation d'expliquer aux jeunes Français en quoi consiste le bon goût musical.

A vrai dire, la société Apple n'a pas besoin d'une carte musique pour voir ses innovations très largement récompensées. Le groupe a en effet inventé un nouveau modèle de valorisation des contenus, adapté au nouvel environnement Internet. Reconnaisant que la possibilité du téléchargement gratuit, légal ou illégal, est désormais inévitable, elle a cherché des moyens de rendre le téléchargement payant aussi souple et agréable que possible. Elle n'aurait jamais investi autant d'efforts et de créativité dans cette recherche si elle n'avait pas été convaincue, bien avant le consensus général, que le monde avait radicalement changé.

Bref, des subventions inconditionnelles à la préservation du monde d'hier n'encouragent jamais les créateurs du monde de demain. Pire, elles invitent les hommes politiques à dicter nos choix, nos façons de fonctionner, nos goûts. Ce n'est pas que les leurs soient moins valables que les nôtres, mais les choix politiques ne devraient-ils pas concerner des sujets d'une plus grande envergure que la composition de nos playlists, ou même que la production de nos usines automobiles? L'ancien président américain Jimmy Carter (né en 1924) était connu pour son incapacité à déléguer les décisions triviales : même les horaires du terrain de tennis de la Maison Blanche devaient passer par son bureau. La musique est loin d'être un sujet trivial. Mais ce ne serait pas sous-estimer l'énergie indéniable de Nicolas Sarkozy que d'espérer qu'il ne cultive pas, dans les mois à venir, l'ambition de perfectionner ses talents de critique musical.

**Paul Seabright, Ecole d'économie de Toulouse.**

Article paru dans l'édition du 26.01.10